

PROJETO DE LEI Nº ____/2026

**DISPÕE SOBRE A PROIBIÇÃO DE
PUBLICIDADE EXTERIOR DE APOSTAS
DE QUOTA FIXA NO MUNICÍPIO DE
TIMÓTEO.**

A CÂMARA MUNICIPAL DE TIMÓTEO aprova:

Art. 1º Fica proibida, no Município de Timóteo, a publicidade exterior de apostas de quota fixa sujeita a licenciamento, autorização ou fiscalização municipal.

§ 1º A proibição prevista no caput abrange a publicidade veiculada:

I – em vias, praças, parques, passeios, canteiros, equipamentos urbanos e demais logradouros públicos;

II – em fachadas, vitrines, entradas, marquises, áreas externas ou áreas de circulação coletiva de estabelecimentos abertos ao público, quando perceptível de logradouro público ou instalada em engenho submetido a licenciamento municipal;

III – em imóvel privado, quando visível, audível ou projetada sobre via, logradouro, equipamento público ou espaço público;

IV – em veículos, painéis, totens, placas, letreiros, faixas, cartazes, mobiliário urbano, equipamentos ou estruturas utilizados como meio de publicidade exterior; e

V – em eventos, feiras, exposições, shows ou atividades esportivas, culturais, recreativas, comerciais ou promocionais realizados em espaço público ou em local de acesso público, quando sujeitos a autorização, licenciamento ou fiscalização municipal.

§ 2º Esta Lei não disciplina a autorização, o funcionamento, a operação, a oferta ou a exploração econômica das apostas de quota fixa.

§ 3º Esta Lei também não estabelece regra geral sobre propaganda comercial, limitando-se à publicidade exterior sujeita ao poder de polícia municipal.

§ 4º Esta Lei não se aplica à propaganda veiculada exclusivamente em rádio, televisão, imprensa, internet, redes sociais, plataformas digitais, aplicativos, mensagens eletrônicas ou outros meios não submetidos ao licenciamento ou à fiscalização municipal de publicidade exterior, salvo quando exibida em painel, tela, fachada, equipamento ou engenho enquadrado como publicidade exterior.

§ 5º A proibição não alcança publicidade veiculada exclusivamente no interior de ambiente privado, sem acesso público e sem visibilidade, audibilidade ou projeção sobre via, logradouro, equipamento público ou espaço público.

§ 6º Para os fins desta Lei, considera-se local de acesso público aquele aberto à frequência, circulação, permanência, ingresso ou visualização do público, ainda que situado em propriedade privada, com entrada gratuita, onerosa, por convite, cadastro, credenciamento, associação, inscrição ou forma semelhante de admissão.



§ 7º Esta Lei aplica-se à publicidade exterior sujeita ao poder de polícia municipal, ainda que irregular, clandestina, temporária, sem identificação do responsável ou sem licença, autorização ou alvará válido.

Art. 2º Para os fins desta Lei, consideram-se:

I – aposta de quota fixa: a modalidade de aposta assim definida na legislação federal;

II – agente operador: a pessoa jurídica que explore, organize, promova, intermedeie ou disponibilize apostas de quota fixa, ainda que sem autorização da autoridade federal competente;

III – plataforma de apostas: aplicativo, sítio eletrônico, domínio de internet, ambiente digital ou sistema utilizado para ofertar, intermediar, acessar, cadastrar ou realizar apostas de quota fixa;

IV – publicidade exterior: comunicação visual, sonora, luminosa, digital, impressa, projetada, móvel ou fixa, instalada, exibida, difundida ou mantida em espaço público, local de acesso público ou imóvel privado, quando perceptível de via, logradouro, equipamento público ou espaço público;

V – identificação direta: uso de nome, marca, logomarca, símbolo, domínio, aplicativo, slogan, mascote, personagem, código de acesso, endereço eletrônico, QR Code ou outro elemento que identifique agente operador, plataforma ou serviço de apostas de quota fixa;

VI – identificação indireta: uso combinado de elementos visuais, sonoros, nominativos, cromáticos, gráficos, promocionais, digitais ou contextuais que permitam identificar objetivamente agente operador, plataforma ou serviço de apostas de quota fixa, sem necessidade de conjectura;

VII – unidade de infração: cada anúncio autônomo ou conjunto publicitário integrado instalado no mesmo engenho, veículo, estrutura, evento ou local;

VIII – publicidade de grande porte: anúncio, painel, estrutura ou conjunto publicitário com área total de exposição superior a 10 m² (dez metros quadrados);

IX – evento de grande público: evento cuja capacidade autorizada ou público estimado seja igual ou superior a 1.000 (mil) pessoas; e

X – área de intensa circulação de crianças e adolescentes: espaço situado em raio de até 300 m (trezentos metros) de estabelecimento de educação infantil, ensino fundamental ou médio, parque infantil ou equipamento público destinado predominantemente ao atendimento de crianças e adolescentes.

§ 1º A identificação indireta poderá ser demonstrada, entre outros meios, por histórico de campanhas, identidade visual, redirecionamento digital, vínculo com afiliado, código promocional, domínio, página intermediária, patrocínio, benefício econômico ou padrão publicitário reconhecível.

§ 2º Não caracteriza identificação indireta o uso isolado de cor, forma geométrica ou expressão genérica.



Art. 3º Constitui publicidade proibida a divulgação, direta ou indireta, de agente operador, plataforma, marca, serviço ou atividade de apostas de quota fixa, inclusive por meio de:

- I** – marca comercial, nome empresarial, nome fantasia, logomarca, símbolo, mascote, personagem, slogan ou expressão promocional;
- II** – endereço eletrônico, domínio de internet, aplicativo, QR Code, código promocional, cupom, chave de acesso, link ou outro meio de direcionamento à plataforma de apostas;
- III** – bônus, prêmio, crédito promocional, cotação de aposta, vantagem, chamada para cadastro, incentivo financeiro ou benefício relacionado a apostas;
- IV** – campanha institucional, promocional, de patrocínio, de divulgação de evento, de responsabilidade social ou de jogo responsável que gere identificação ou benefício comercial para agente operador ou plataforma; e
- V** – publicidade de intermediários, afiliados, influenciadores, consultores, fornecedores de prognósticos, grupos, canais ou serviços que contenha direcionamento, código promocional, chamada de acesso ou vantagem econômica relacionada a apostas de quota fixa.

Art. 4º Não se incluem na proibição prevista nesta Lei:

- I** – campanhas exclusivamente educativas, preventivas ou de saúde pública destinadas à prevenção da ludopatia, do superendividamento, da exposição de crianças e adolescentes ou de outros riscos relacionados às apostas;
- II** – referências jornalísticas, editoriais, científicas, artísticas, literárias, acadêmicas ou culturais, desde que sem finalidade promocional;
- III** – aparições incidentais de marca ou elemento identificador; e
- IV** – comunicações oficiais de órgãos públicos destinadas à fiscalização, orientação, prevenção de riscos, educação financeira, saúde pública, proteção do consumidor, proteção de crianças e adolescentes ou divulgação de canais de denúncia.

§ 1º A exceção do inciso I não se aplica às campanhas custeadas, patrocinadas, promovidas, organizadas ou divulgadas por agente operador, plataforma, afiliado, intermediário ou pessoa que obtenha vantagem econômica relacionada à atividade de apostas.

§ 2º Também não se aplica a exceção do inciso I quando houver marca, nome, logomarca, identidade visual, domínio, código de acesso, código promocional, QR Code, slogan, mascote, personagem, endereço eletrônico, aplicativo ou qualquer identificação direta ou indireta de agente operador, plataforma ou serviço de apostas.

§ 3º A aparição somente será considerada incidental quando for fortuita, secundária, inevitável, não destacada, não reiterada, não remunerada e não decorrente de contratação, patrocínio, cessão de espaço, planejamento de mídia, merchandising, ativação promocional ou inserção deliberada.



§ 4º A caracterização das hipóteses previstas neste artigo observará o conteúdo, o contexto, a forma de apresentação, a existência de vantagem econômica, a repetição da exposição e a finalidade predominante da mensagem.

Art. 5º Não será concedida ou renovada licença, autorização, permissão ou anuência municipal específica para anúncio, engenho, estrutura, equipamento ou meio de publicidade exterior abrangidos pela proibição desta Lei.

§ 1º Licença, autorização, permissão, anuência, contrato, pagamento de taxa, preço público ou qualquer contraprestação anterior não geram direito adquirido à instalação, manutenção, exposição ou veiculação de publicidade proibida por esta Lei.

§ 2º A aplicação desta Lei não importa, por si só, isenção, remissão, anistia, compensação, restituição automática, renovação compulsória, indenização ou dispensa de tributo, preço público, multa, encargo ou obrigação prevista na legislação municipal.

§ 3º Os responsáveis por publicidade exterior existente na data de publicação desta Lei deverão promover sua remoção ou adequação até a data de sua entrada em vigor.

§ 4º A remoção ou adequação prevista no § 3º não gera, por si só, direito à indenização pelo Município, sem prejuízo das relações contratuais privadas e das hipóteses reconhecidas pelo ordenamento jurídico.

Art. 6º Respondem pelo cumprimento desta Lei, na medida de sua participação, o anunciante, o agente operador, a agência de publicidade, a empresa exibidora, o explorador do engenho publicitário, o organizador do evento, o responsável pelo espaço de veiculação e quem contratar, autorizar, instalar, manter ou explorar economicamente a publicidade proibida.

§ 1º A responsabilização administrativa exige comprovação de conduta ou omissão juridicamente exigível, nexos com a publicidade irregular e possibilidade concreta de impedir, fazer cessar ou remover a divulgação.

§ 2º O proprietário, possuidor, locatário, administrador ou responsável pelo imóvel somente será responsabilizado quando participar da contratação, autorização, manutenção ou exploração econômica da publicidade ou, regularmente notificado e dispondo de meios para fazê-lo, deixar de promover ou permitir sua retirada no prazo estabelecido.

§ 3º A responsabilidade administrativa prevista nesta Lei não afasta eventual responsabilidade civil, consumerista, contratual ou decorrente de legislação federal, estadual ou municipal aplicável.

Art. 7º O descumprimento desta Lei sujeita o infrator, observado o devido processo administrativo, às seguintes sanções, isoladas ou cumulativas:

I – notificação para cessação, retirada, remoção ou adequação da publicidade irregular em prazo compatível com a complexidade da medida, não inferior a 24 (vinte e quatro) horas nem superior a 15 (quinze) dias;



II – cessação imediata da publicidade quando o conteúdo puder ser desativado sem intervenção física na estrutura;

III – retirada, remoção ou apreensão do anúncio, material, equipamento ou engenho publicitário pela Administração Municipal, às expensas do responsável, quando não atendida a notificação;

IV – multa de 250 (duzentas e cinquenta) a 500 (quinhentas) Unidades Padrão Fiscal do Município de Timóteo – UPFMT por unidade de infração;

V – multa de 750 (setecentas e cinquenta) a 1.500 (mil e quinhentas) Unidades Padrão Fiscal do Município de Timóteo – UPFMT por unidade de infração, em caso de reincidência, publicidade de grande porte, veiculação em área de intensa circulação de crianças e adolescentes, veiculação em evento de grande público ou descumprimento de notificação;

VI – suspensão, por até 90 (noventa) dias, da licença, autorização ou permissão municipal diretamente relacionada ao engenho ou à atividade de publicidade exterior, em caso de reincidência ou descumprimento de determinação de retirada; e

VII – cassação da licença, autorização ou permissão municipal diretamente relacionada ao engenho ou à atividade de publicidade exterior, quando houver pelo menos 2 (duas) decisões administrativas definitivas por infrações cometidas no período de 12 (doze) meses e persistência da conduta após nova notificação.

§ 1º Na aplicação das sanções, a autoridade municipal observará a gravidade da infração, a dimensão do anúncio, o alcance da exposição, a localização, a vantagem econômica auferida, a reincidência, a colaboração do infrator, a pronta remoção ou adequação e a exposição de crianças, adolescentes ou outros grupos vulneráveis.

§ 2º Considera-se reincidência a prática de nova infração pelo mesmo responsável no prazo de 12 (doze) meses, contado da decisão administrativa definitiva que tenha reconhecido infração anterior.

§ 3º Persistindo a irregularidade após o prazo estabelecido na notificação, será aplicada, a cada período adicional de 24 (vinte e quatro) horas, multa correspondente a 20% (vinte por cento) do valor originalmente imposto, limitada a 10 (dez) incidências por unidade de infração.

§ 4º A remoção espontânea da publicidade antes da lavratura do auto de infração poderá ser considerada atenuante, salvo nos casos de reincidência, publicidade de grande porte, veiculação em área de intensa circulação de crianças e adolescentes, evento de grande público, descumprimento de notificação anterior, vantagem econômica relevante ou evidência de publicidade deliberadamente temporária.

§ 5º As sanções previstas neste artigo não afastam penalidades estabelecidas em legislação federal, estadual ou municipal aplicável, vedada a duplicidade de sanções administrativas municipais pelo mesmo fato e fundamento.

Art. 8º A fiscalização e a aplicação desta Lei serão exercidas pelos órgãos municipais competentes, observadas as atribuições estabelecidas na legislação municipal.



Parágrafo único. Nas autorizações, licenças, permissões, anuências, alvarás ou instrumentos municipais relativos a eventos, uso de logradouros, exploração de espaços, instalação de engenhos publicitários ou utilização de equipamentos sujeitos à fiscalização municipal, poderá constar cláusula informativa sobre a vedação prevista nesta Lei, sem prejuízo de sua aplicação independentemente dessa previsão expressa.

Art. 9º Esta Lei será aplicada em conjunto com as normas municipais relativas a posturas, publicidade, licenciamento, uso de logradouros, ordenamento territorial, proteção da paisagem urbana e exercício do poder de polícia.

Art. 10. Esta Lei é autoaplicável, independentemente de regulamentação, sem prejuízo da competência do Poder Executivo para regulamentar procedimentos de fiscalização, autuação, notificação, defesa, recurso, retirada, remoção, apreensão e destinação do material apreendido, observadas as normas municipais de processo administrativo.

Parágrafo único. A regulamentação de que trata o caput não poderá criar exceções, dispensas, autorizações especiais, regimes de transição, anistias, remissões, compensações ou hipóteses de não incidência não previstas nesta Lei.

Art. 11. Esta Lei entra em vigor após decorridos 30 (trinta) dias de sua publicação.

Timóteo, data da assinatura eletrônica.

PROFESSOR DIOGO SIQUEIRA
Vereador



JUSTIFICATIVA

A presente proposição disciplina a publicidade exterior de apostas de quota fixa no Município de Timóteo, no exercício das competências municipais relacionadas ao interesse local, ao ordenamento territorial, à proteção da paisagem urbana, ao uso dos logradouros públicos e à fiscalização de anúncios e engenhos publicitários.

A medida não proíbe a atividade econômica de apostas de quota fixa, não regula a autorização de operadores, não disciplina o funcionamento de plataformas e não estabelece regra geral sobre propaganda comercial. Seu objeto é restrito à publicidade exterior sujeita ao licenciamento, à autorização ou à fiscalização municipal.

A delimitação é necessária porque a exploração econômica das apostas de quota fixa e a disciplina geral da propaganda comercial pertencem ao campo normativo federal. O projeto, portanto, atua apenas sobre o meio físico de exposição publicitária submetido ao poder de polícia municipal, sem interferir na operação nacional da atividade.

A proposição encontra fundamento na competência municipal para legislar sobre assuntos de interesse local, suplementar a legislação federal e estadual no que couber e promover adequado ordenamento territorial, conforme o art. 30, incisos I, II e VIII, da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

Também se relaciona à proteção da saúde, do consumidor, da infância, da juventude e da ordem urbana, nos termos do art. 23, II, do art. 170, V, do art. 182, do art. 196 e do art. 227 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.

A publicidade de apostas de quota fixa, popularmente conhecidas como “bets”, possui potencial de estimular comportamentos de risco, especialmente entre crianças, adolescentes, pessoas superendividadas e consumidores vulneráveis. Por isso, a proposição busca reduzir a exposição pública e ostensiva a esse tipo de mensagem em vias, fachadas, eventos, equipamentos urbanos e demais espaços sujeitos à fiscalização municipal.

O texto estabelece conceitos objetivos, define hipóteses de publicidade proibida, preserva manifestações jornalísticas, acadêmicas, culturais e educativas legítimas e impede o uso de campanhas aparentemente institucionais ou de responsabilidade social como forma indireta de promoção de operadores e plataformas.

A proposição também prevê critérios de responsabilização administrativa, assegura contraditório e ampla defesa, gradua sanções conforme a gravidade da conduta e evita que multas sejam tratadas como mero custo de campanha por agentes econômicos de grande porte.

Diante da relevância da matéria para a proteção do interesse local, da paisagem urbana, dos consumidores e de crianças e adolescentes, solicita-se o apoio dos nobres Vereadores para a aprovação da presente proposição.

Timóteo, data da assinatura eletrônica.

PROFESSOR DIOGO SIQUEIRA

Vereador



PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi assinado eletronicamente e pode ser acessado no endereço <https://timoteo.camarasempapel.com.br/autenticidade> utilizando o identificador 37003600340034003000320036003A005000

Assinado eletronicamente por **DIOGO SIQUEIRA DE SOUZA** em **17/07/2026 23:41**

Checksum: **0E9922EB3FB95D0646C177A4E153A5E56B209199D3D9C4251078BD53F51A43C1**



Autenticar documento em <https://timoteo.camarasempapel.com.br/autenticidade> com o identificador 37003600340034003000320036003A005000, Documento assinado digitalmente conforme art. 4º, II da Lei 14.063/2020.